

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, Experiential Marketing dan Kepuasan Pengunjung secara bersama-sama dan parsial Terhadap Loyalitas Pengunjung. Variabel penelitian yaitu Citra Destinasi (X1), Fasilitas Wisata (X2), Experiential Marketing (X3), Kepuasan Pengunjung (Z) dan Loyalitas Pengunjung (Y). Metode pengumpulan data melalui survei dan menegedarkan kuesioner. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 4.150 responden, dan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 98 responden. Teknik Pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan probability sampling. Metode analisis data menggunakan analisis regresi berganda dan path analysis dengan aplikasi SPSS 21.00.

Berdasarkan hasil penelitian, maka didapatkan temuan sebagai berikut : (a) Citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pengunjung sebesar 0,630 dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$) (b) Fasilitas wisata berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung sebesar -0,018 dengan tingkat signifikan ($0,575 > 0,05$) (c) Experiential Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung sebesar 0,467 dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$) (d) Citra destinasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pengunjung sebesar 0,052 dengan tingkat signifikan ($0,685 > 0,05$) (e) Fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung sebesar 0,159 dengan tingkat signifikan ($0,005 < 0,05$) (f) Experiential marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung sebesar 0,320 dengan tingkat signifikan ($0,003 < 0,05$) (g) Kepuasan pengunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung sebesar 0,517 dengan tingkat signifikan ($0,005 < 0,05$)

Penulis menyarankan bahwa objek wisata Geopark Silokek diharapkan mampu meningkatkan citra destinasi, fasilitas wisata dan Experiential marketing dengan memperhatikan masing-masing indikator agar kepuasan dan loyalitas pengunjung meningkat.

Kata Kunci: Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, Experiential Marketing, Kepuasan Pengunjung, Loyalitas Pengunjung